

2019年8月26日 全11頁

節約志向が強まる50・60代と消費の行方

消費増税後の個人消費は緩やかながらも底堅く推移

経済調査部

研究員 山口 茜

シニアエコノミスト 神田 慶司

研究員 渡邊吾有子

[要約]

- 個人消費は緩やかに増加しているものの、2016年以降は長期トレンドを下回って推移し、平均消費性向は低下傾向にある。二人以上勤労者世帯において、共働き世帯の増加等により可処分所得が大きく増加している一方、50代・60代を中心に消費を抑制しているためである。50代・60代では必需的支出を概ね一定に保つと同時に、選択的支出を大きく減らし貯蓄を積み増している。
- 50代・60代世帯の節約志向が強まる要因として、教育費の増加や、遺産を目的とする貯蓄の積み増しが挙げられる。この点、消費増税に伴って実施される教育無償化や、住宅購入者を対象とする贈与税非課税枠の拡大等により、節約志向はいくらか緩和されそうだ。
- 消費増税は個人消費の下押し要因になるものの、各種経済対策等により大きく腰折れることはないと思われる。ただし、消費増税対策終了前後の駆け込み需要・反動減には注意が必要だろう。海外経済の不透明感が増すなどリスクは存在するものの、配偶者収入の増加に支えられる家計の所得は堅調に推移するとみられる。メインシナリオとして、先行きの個人消費は緩やかながらも底堅く推移すると見込まれる。

1. 家計は消費の増加ペースを抑えている

はじめに

米中摩擦が激化し、中国を中心に世界景気が減速する中、日本経済は実質 GDP 成長率が 2019 年 4-6 月期まで 3 四半期連続で前期比プラスとなるなど、緩やかな景気拡大が続いている。これは高水準の企業収益や人手不足を背景に雇用・所得環境の改善が続いており、個人消費などの内需が景気を下支えしているためである。

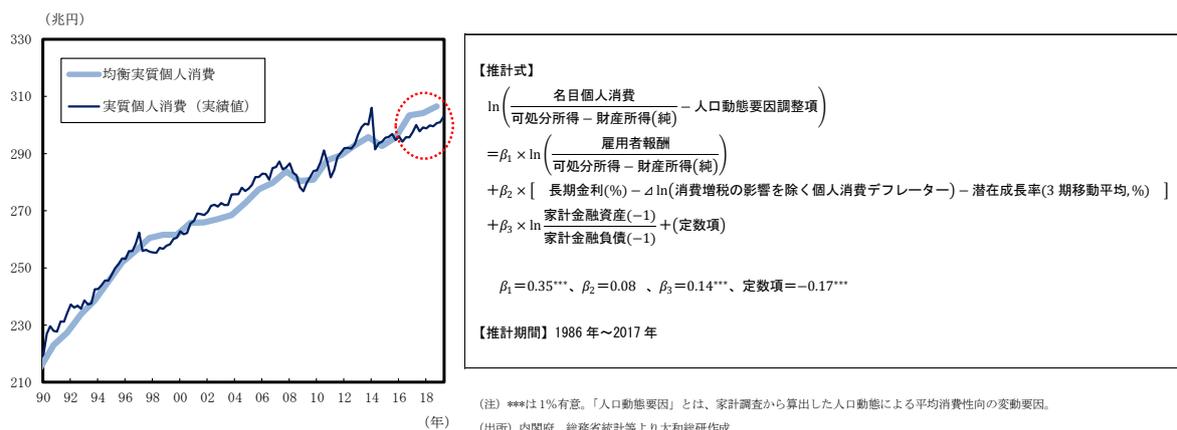
この点、2019 年 10 月には消費税率 10%への引上げが予定されており、増税による内需の悪化をきっかけに景気が腰折れするのではないかとの声も聞かれる。そこで本稿では、内需の鍵を握る個人消費の現状を分析した上で、先行きについて展望する。

個人消費は長期トレンドを下回る推移が続く

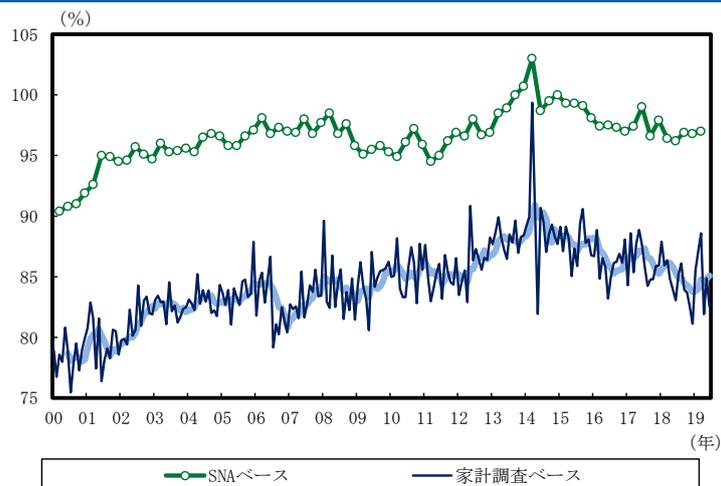
足下の実質個人消費は緩やかに増加している。しかし、①年齢構成、②可処分所得、③実質金利ギャップ、④純金融資産を基に推計した消費の長期トレンドと比較すると（**図表 1**）、2016 年以降、個人消費は長期トレンドを下回って推移していることが分かる。

これは、経済的な余裕が大きくなる中で、家計はそれに見合った水準まで消費を増やしていないことを意味する。すなわち、家計は消費額を緩やかなペースでしか増やせないのではなく、消費額の増加を抑えて貯蓄に回しているということだ。実際、可処分所得の何割を消費に回しているかを示す平均消費性向は、消費額が長期トレンドを下回った 2016 年頃から低下傾向が続いている（**図表 2**）。

図表 1：個人消費の長期トレンドと実績値



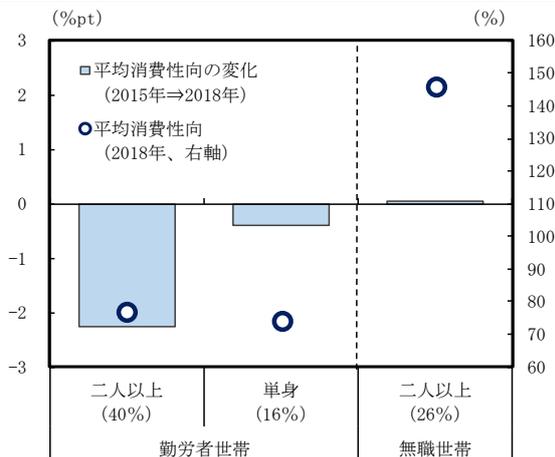
図表 2：平均消費性向の推移



(注1) 季節調整値 (SNAベースは内閣府による、家計調査ベースは大和総研による)。
 (注2) 家計調査は二人以上の世帯のうち勤労者世帯と無職世帯を合算。2018年・2019年のデータは調査票変更の影響を取り除いた変動調整値。太線は6ヶ月移動平均。
 (出所) 総務省、内閣府統計より大和総研作成

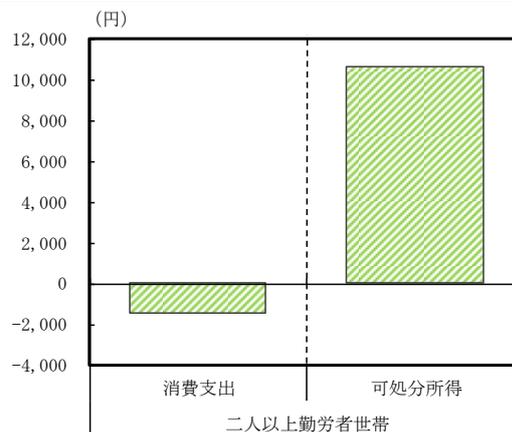
そこで、2015年から2018年への平均消費性向の変化幅を属性別に確認すると¹ (図表3)、総世帯の4割を占める二人以上勤労者世帯において消費性向の落ち込みが大きい。その背景にあるのは可処分所得の大幅な増加と消費支出の抑制だ (図表4)。以下では、どのような要因で可処分所得が増加し、どの品目で支出が抑制されているのかを整理する。

図表 3：属性別に見た平均消費性向



(注) 消費支出はCTIミクロのデータ、可処分所得は家計調査のデータ。2018年の家計調査のデータは家計簿変更の影響を除いた変動調整値。括弧内の数値は2018年の世帯の分布割合 (分母は総世帯ベースの勤労者世帯+無職世帯)。
 (出所) 総務省統計より大和総研作成

図表 4：消費と所得の変化 (2015年⇒2018年)



(注) 月額ベース。消費支出はCTIミクロのデータ、可処分所得は家計調査のデータ。2018年の家計調査のデータは家計簿変更の影響を除いた変動調整値。
 (出所) 総務省統計より大和総研作成

¹ なお、家計調査はサンプル数が少なく低頻度・高額消費のぶれが大きいため、ここでは消費支出のデータを家計調査ではなく、家計調査を含む複数の統計から算出されたCTIミクロの数値を用いている。

2. 可処分所得増加と消費抑制の背景を探る

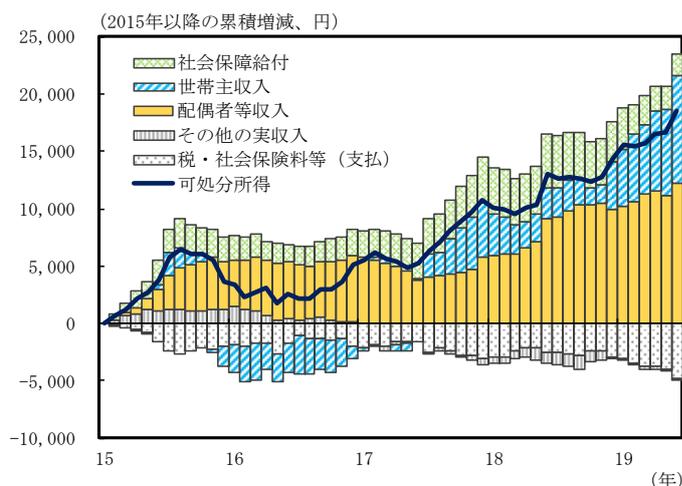
配偶者所得の増加が家計の世帯収入を押し上げ

2015年以降、家計の可処分所得が何によって押し上げられてきたのかを確認すると(図表5)、主に配偶者の収入であることが分かる。

配偶者の収入が増加した背景にあるのは、図表6で示す通り、妻の有業率の上昇(=共働き世帯の増加)だ。人手不足が深刻な中、非正規雇用を中心に企業の労働需要は旺盛である。雇用の機会が増えたことで、既婚女性の労働参加が後押しされていると考えられる。それにより幅広い年代で配偶者の収入が増加し、家計の収入を押し上げている。また、時給の上昇も大きいだろう。パートタイム労働者の平均時給は2015年1月で時給1,094円だったが、2019年6月には同1,184円まで上昇している(大和総研による季節調整値)。

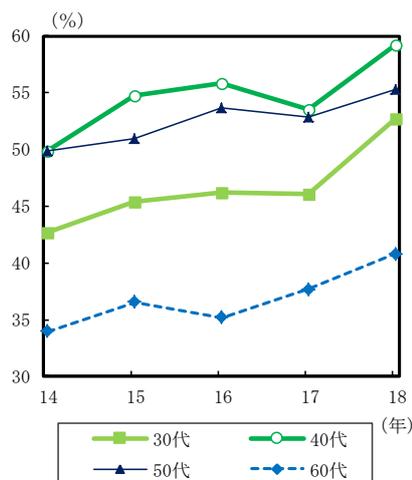
もちろん、世帯主の収入も増加している。好調な企業業績もあって2019年度の春闘では6年連続でベースアップ(ベア)が実施され、ボーナスは高水準で推移している。

図表5：家計の可処分所得



(注) 二人以上の勤労者世帯。12ヶ月移動平均。
2018年以降は、調査家計簿変更の影響を除いた変動調整値を用いている。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

図表6：妻の有業率



(注) 二人以上の勤労者世帯。
(出所) 総務省統計より大和総研作成

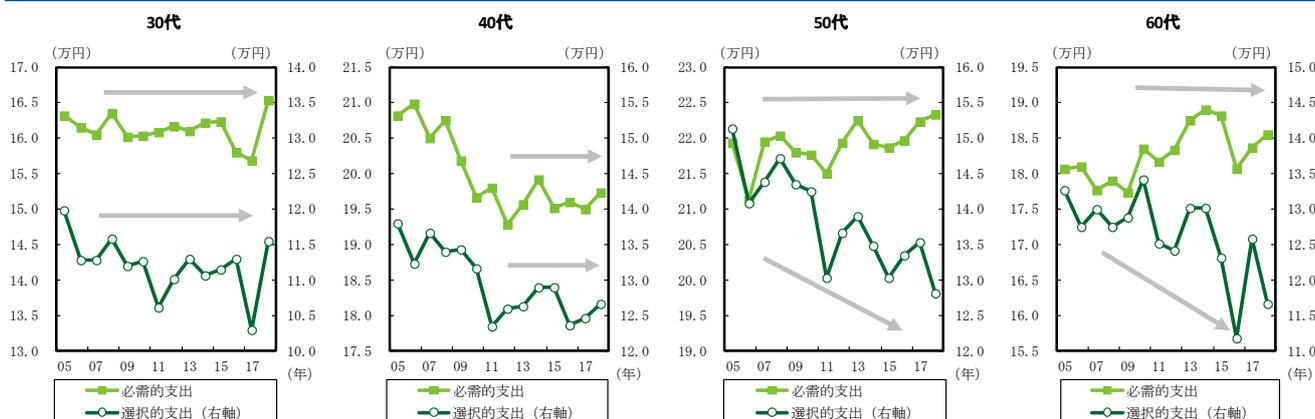
30代・40代の消費支出は安定／50代・60代は選択的支出を抑制

しかし、**前掲図表 4** で示した通り、可処分所得が大きく増える中で、家計は消費を抑制している。その背景を探るため、消費を「必需的支出」と「選択的支出」に整理した上で、年齢階級別の推移を確認する。必需的支出とは、外食以外の食費や住居費、光熱費、教育費等の生活の基盤となる消費支出のことであり、選択的支出はそれ以外の支出を指す。

図表 7 で動きを見ると、各世代の特徴が浮かび上がる。まず、30代、40代は必需的支出、選択的支出ともに概ね横ばいで推移しており、消費額が非常に安定していることが分かる。収入の増減に関わらず、生活の水準を概ね一定にしていることから、収入が増えたときにはその分だけ貯蓄を増やし、逆に、収入が減った場合はその分貯蓄する金額を減らしていると言えよう。消費が景気・収入に左右されにくいのが最近の30代・40代勤労者世帯の特徴だ。

しかし、50代と60代は状況が異なる。これらの世帯では、必需的支出が横ばいで推移する一方、選択的支出を大きく減らすことで、貯蓄を増やしている。これは、収入が増える中、収入の増加分以上に貯蓄を増やしているということだ。

図表 7：必需的支出と選択的支出



(注1) 月額ベース。二人以上の勤労者世帯。2018年のデータは家計簿変更の影響を除かない数値。

(注2) 必需的支出の分類は、「平成22年度年次経済財政報告」を参考に以下のように定義し、必需的支出以外を選択的支出とした。

< 必需的支出 >: 外食を除く食料 / 住居 / 光熱・水道 / 家事雑貨、家事用消耗品、家事サービス / 男子用下着類、子供用下着類、生地・糸類 / 保健医療 / 自動車等維持 / 通信 / 教育 / 書籍・他の印刷物 / 理美容サービス、たばこ、贈与金、仕送り金

(出所) 総務省統計より大和総研作成

50代・60代勤労者世帯：通信費・教育費・食費が増加～しかし必需的支出は概ね一定

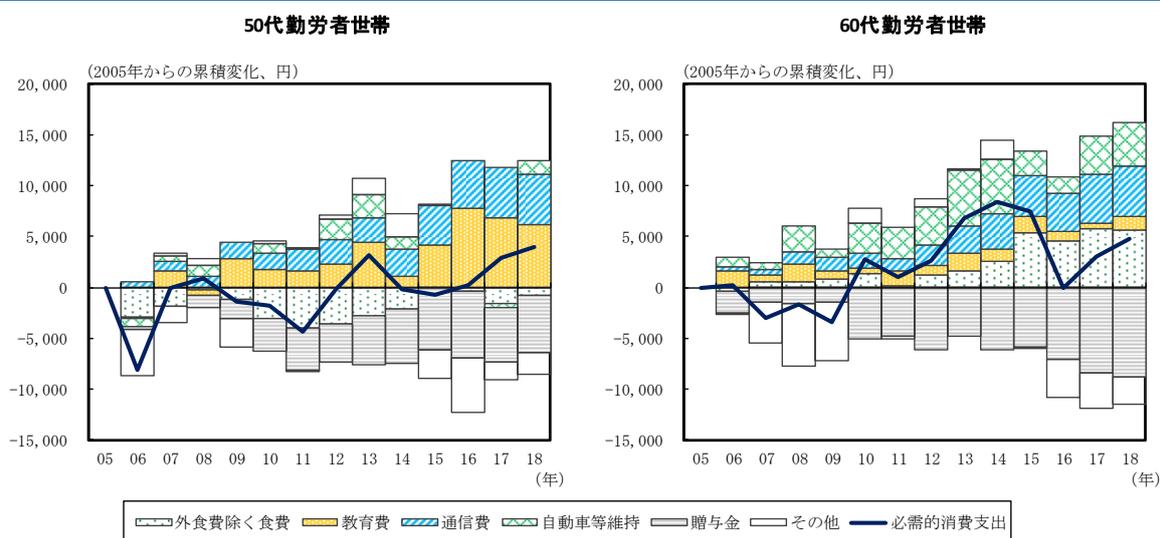
50代・60代勤労者世帯の必需的支出は概ね一定であるが、その中身は変化している。2005年から必需的支出の累積変化を費目別に見ると（図表8）、50代では教育費や通信費、60代では外食を除く食費や通信費が増加している。しかし、これらの項目は増加しているものの、贈与金など他の項目を減らすことでやりくりし、必需的支出の総額は概ね一定に保たれている。

50代で教育費が増えている背景としては、晩婚化により50代時点で子どもが教育を終えていない家庭が多くあることや、私立学校の授業料が上昇していること、学校外の教育（塾等）の価格が上昇していること等が挙げられる。

一方、60代では外食を除く食費が増えているが、中身を確認すると特に「調理食品」が増えている。同時期の外食費には変化がさほど見られないことから、60代勤労者世帯では内食から中食へシフトして調理時間を節約し、結果的に食費が増加したと考えられる。

必需的支出のうち、50代、60代に共通して増加しているのは通信費だが、これはスマートフォンの普及が影響していると考えられる。ただし、先行きについてはこの負担は軽減されるだろう。菅義偉内閣官房長官の「携帯電話通信料4割値下げ」発言などを契機に、2019年6月には、NTTドコモとKDDIが従来比で最大4割安くなる新料金プランを導入した。また、10月には楽天モバイルが自社回線へと移行し、第4のキャリアとなる予定であり、携帯電話通信料の低下が進むことが予想される。

図表8：必需的消費支出の変化内訳



(注1) 月額ベース。二人以上の勤労者世帯。2018年のデータは家計簿変更の影響を除かない数値。

(注2) 必需的支出の分類は、「平成22年度年次経済財政報告」を参考に以下のように定義した。

<必需的支出>：外食を除く食料／住居／光熱・水道／家事雑貨、家事用消耗品、家事サービス／男子用下着類、子供用下着類、生地・糸類／保健医療／自動車等維持／通信／教育／書籍・他の印刷物／理美容サービス、たばこ、贈与金、仕送り金

(出所) 総務省統計より大和総研作成

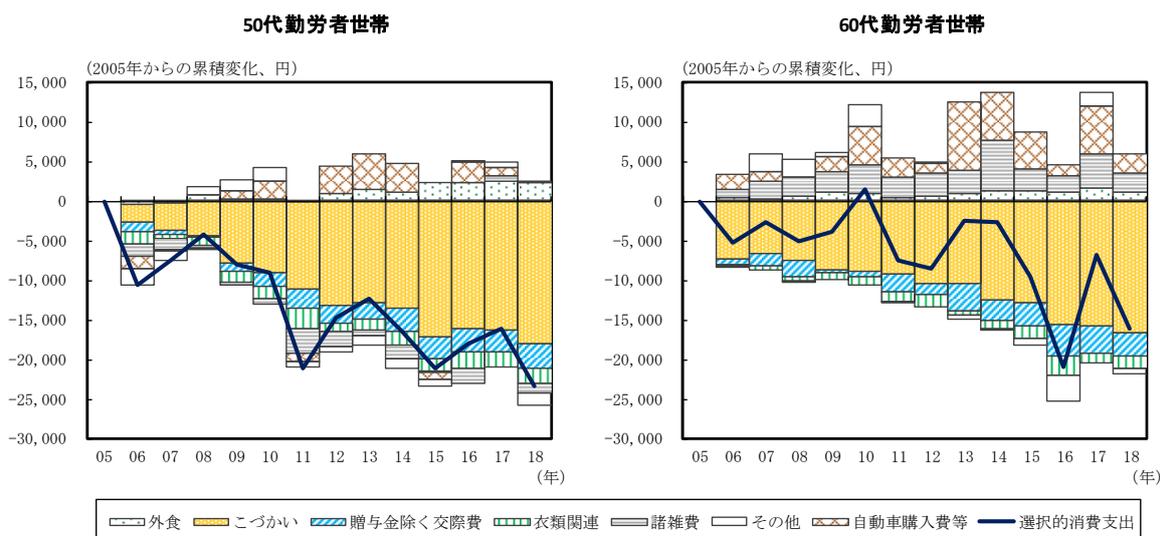
50代・60代勤労者世帯：こづかいを減らして選択的消費を抑制

次に、50代・60代勤労者世帯がどのようにして選択的支出を減らしているのかを**図表9**で確認すると、主に「こづかい」が減少している。また、贈与金を除く交際費も減少傾向にある。

なお、こづかいの減少は、30代・40代を含めどの世代にも共通することであるが、30代・40代はその分だけ他の消費を増やしている。具体的には、諸雑費や外食、家具・家事用品が挙げられる。しかし、50代・60代はこづかいを減らした分がそのまま貯蓄へと回っており、30代・40代と比べて積極的に貯蓄を積み増している。

50代・60代が貯蓄を積み増していることは他の調査でも確認できる。金融広報中央委員会の「家計の金融行動に関する世帯調査 [二人以上世帯調査]」によると、50代、60代ともに、金融資産増加の理由として1番目に「収入増加」、次いで「貯蓄割合引上げ」を挙げている。この調査からも、50代・60代の世帯は、収入が増加する中で、さらに貯蓄割合を引き上げることで、積極的に貯蓄を積み増していると言えよう。

図表9：選択的消費支出の変化内訳



(注1) 月額ベース。二人以上の勤労者世帯。2018年のデータは家計簿変更の影響を除かない数値。

(注2) 必需的支出の分類を、「平成22年度年次経済財政報告」を参考に以下のように定義し、必需的支出以外を選択的支出とした。

<必需的支出>: 外食を除く食料/住居/光熱・水道/家事雑貨、家事用消耗品、家事サービス/男子用下着類、子供用下着類、生地・糸類/保健医療/自動車等維持/通信/教育/書籍・他の印刷物/理美容サービス、たばこ、贈与金、仕送り金

(出所) 総務省統計より大和総研作成

3. 50代・60代はなぜ貯蓄を積み増すのか？

予備的動機により資産形成／教育資金目的や遺産目的も増加

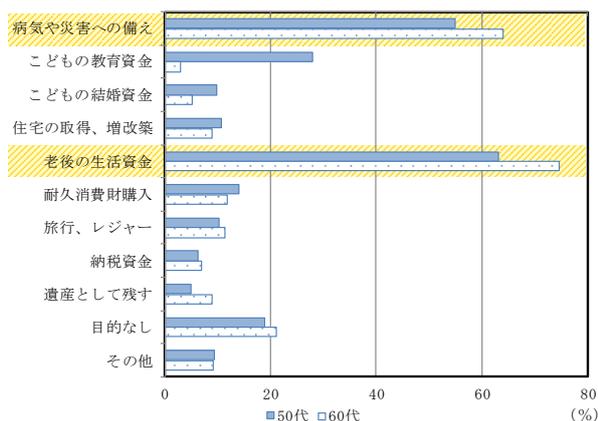
前述した、金融広報中央委員会のアンケート調査から、50代、60代の世帯がどのような目的で金融資産を保有しているのかを確認すると、「老後の生活資金」を理由に挙げる回答割合が最も高く、次いで「病気や不時の災害への備え」が多い。このことから、将来に備えた資産形成が意識されていることがうかがえる（図表10）。

他方、金融資産の保有目的を時系列で確認すると、資産形成の動機に変化が見られる（図表11）。2007年から2009年の金融資産保有目的の回答割合の平均値と、2016年から2018年の平均値を比較すると、50代、60代ともに「病気や不時の災害への備え」の割合が低下している。代わって上昇しているのは、50代では「こどもの教育資金」、60代では「遺産として子孫に残す」である。自身のための資産形成だけでなく、子や孫の世代を意識した資産形成が行われるようになったことが読み取れる。

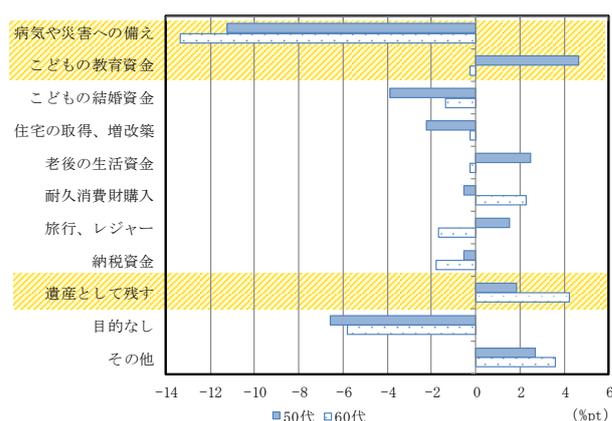
50代の世帯において「こどもの教育資金」の回答割合が上昇した背景としては、前述の通り、晩婚化により50代時点で子どもが教育を終えていない家庭が多くあることや、私立学校の授業料・塾費用等の上昇が挙げられる。

60代の世帯において「遺産として子孫に残す」の回答割合が上昇した背景については、自分たちよりも子世代や孫世代の将来の生活水準の方が低くなる、という悲観的な見方が影響している可能性が、既存の研究で指摘されている²。

図表10：金融資産の保有目的
(2016～2018年平均)



図表11：金融資産の保有目的 回答割合の変化
(2007～09年平均→2016～18年平均)



(注1) 上位三つまでの複数回答。

(注2) 図中に記すため、保有目的の各項目は簡略化している。アンケート中の正しい項目は下記の通り。

病気や不時の災害への備え／こどもの教育資金／こどもの結婚資金／住宅の取得または増改築などの資金／老後の生活資金／耐久消費財の購入資金／旅行、レジャーの資金／納税資金／遺産として子孫に残す／とくに目的はないが、金融資産を保有していれば安心／その他

(出所) 金融広報中央委員会より大和総研作成

² 濱秋純哉・堀雅博「高齢者の遺産動機と貯蓄行動：日本の個票データを用いた実証分析」（内閣府経済社会総合研究所『経済分析』第200号、2019年）

4. 消費増税後の個人消費

消費増税は消費の下押し要因になるも、腰折れはしない

個人消費は今後どのように推移するのだろうか。消費の先行きを考える際、直近で懸念されるのは10月に行われる消費増税である。

当社では、個人消費が消費増税で腰折れする可能性は小さいとみている。図表12で示す通り、増税に伴って社会保障充実策・低所得者対策（軽減税率）・消費増税対策が実施される予定であり、その恩恵は低所得者世帯を中心に幅広く享受されるからだ。日本銀行の試算によると、消費増税と社会保障充実策・低所得者対策を考慮した家計の純負担増加額は2.2兆円である³。これに対して消費増税対策は2019年度予算で2.0兆円であり、住宅・自動車関連の減税策は平年度ベースで0.3兆円程度である。さらに消費増税対策の一部は2020年度も実施されるため、これらの総額は家計の純負担増加額を上回る規模となっている。

ただし、2019年度予算に計上された2.0兆円の対策のうち、1.35兆円は公共投資であることから、家計部門に限ってみれば、消費増税の負担増は、関連施策による負担軽減分を上回ることになる。そのため、個人消費は消費増税後に短期的に下振れする可能性がある。

図表12：消費増税対策・社会保障充実策等の恩恵

		現役世代							高齢者世帯	
		低所得者				中・高所得者			低所得者	中・高所得者
		子供あり			子供なし	子供あり		子供なし		
		未就学児	小学生～高校生	大学生		未就学児	小学生～			
対象者 限定	プレミアム付商品券(2019/10～2020/3)	○	○	○	○	○	×	×	○	×
	幼児教育無償化(2019/10～)	○	×	×	×	○	×	×	×	×
	高等教育無償化(2020/4～)	×	×	○	×	×	×	×	×	×
	私立高校実質無償化(2020/4～)	×	○	×	×	×	○ ^(注1)	×	×	×
	年金生活者支援給付金・介護保険料の軽減(2019/10～)	×	×	×	×	×	×	×	○	×
全員 対象	軽減税率(2019/10～)	購入額の多い世帯ほど恩恵が大きい								
	キャッシュレス決済時のポイント還元(2019/10～2020/6)									
購入者 対象	自動車関連減税(2019/10～2020/9)									
	住宅関連施策									

(注1) 私立高校実質無償化の対象者は、「道府県民税所得割額」と「市町村民税所得割額」の合算額が50万7,000円未満の世帯。目安として、年収590万円未満の世帯とされる。

(注2) 上記の対策の他、マイナンバーカードを利用したプレミアムポイントも導入予定である。

(出所) 各種資料より大和総研作成

³ 日本銀行「経済・物価情勢の展望 2018年4月」。税率上昇が通年寄与する2020年度の対2018年度増加額。

前回の増税時に消費が特に落ち込んだのは低所得者世帯である。この点、今回の増税時には軽減税率制度、プレミアム付商品券、年金生活者支援給付金、介護保険料の軽減が実施され、2020年4月から高等教育無償化と私立高校実質無償化が実施される（**図表 12**）。消費増税の影響を最も受けやすい低所得者世帯に対して各種政策が手厚く実施されることで、家計全体の消費の腰折れは避けられると考えられる。

また、前回の増税時にとりわけ駆け込み需要・反動減が大きかったのは住宅と自動車だ。しかし、これに関しては需要平準化策が打たれる。住宅関連では、住宅ローン減税の減税期間延長、すまい給付金の拡充、次世代住宅ポイントの付与、住宅購入者を対象とした贈与税非課税枠の拡大が予定されている。また自動車に関しては、自動車取得税の廃止に伴い導入される「環境性能割」の引き下げ、自動車税の引き下げが予定されており、住宅・自動車ともに、増税前に駆け込んで購入しても得をしない制度設計がなされている。実際、足下で見られる駆け込み需要は前回と比較してかなり小幅である。そのため、消費増税後に反動減で消費が大幅に落ち込むことは考えにくい。

消費増税対策終了時の駆け込み需要・反動減には注意

なお、消費増税対策については制度終了時に大幅な需要変動が起きる可能性がある。特に注意すべきは、2019年10月から2020年6月末まで実施されるキャッシュレス決済時のポイント還元制度（以下、ポイント還元制度）である。ポイント還元制度は、参加する中小の小売店や生協、コンビニやガソリンスタンドなどのフランチャイズチェーン、旅館、飲食店等でキャッシュレス決済を行った際に、購入額の一部がポイントとして消費者に還元される。フランチャイズチェーン店では2%、その他では5%分のポイントが付与される。

ポイント制度は幅広い品目で実質的な減税が行われることと同じであり、増税前よりも安く商品を購入することができるようになる。また、実店舗だけでなく、楽天やヤフー、Amazonなどが運営するオンラインショッピングサイトの店舗も対象になることから、日常の様々な場面で制度の恩恵を受けることができる。さらに、取得するポイントに一律の上限は設けられておらず、誰でも制度を利用できる。制度の対象外である大手小売店などが売上の減少を抑えようと、独自にポイントを上乗せすることも考えられる。

そのため、ポイント制度は増税後の個人消費を下支えすると考えられるが、家計への恩恵が大きいだけに、制度終了前後の駆け込み需要と反動減が懸念される。

消費を下支えする他の要因

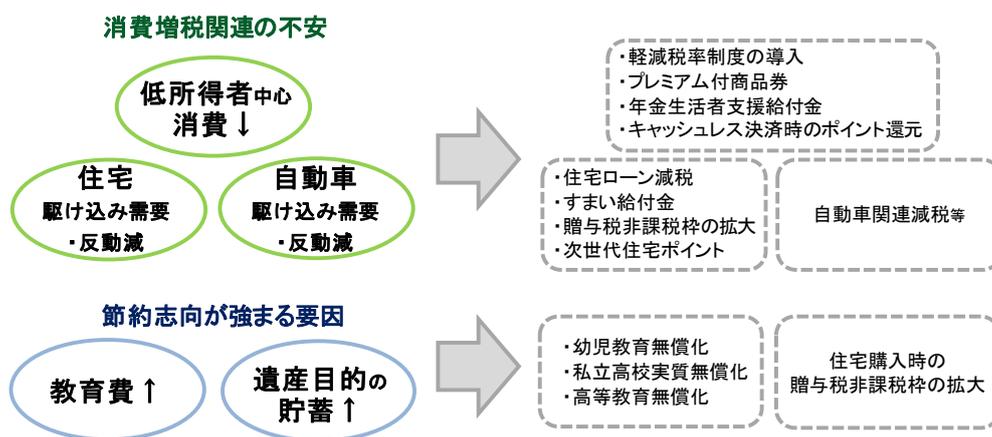
消費の下支え要因は各種施策以外にも指摘できる。先述したように、30代・40代の消費支出総額や、50代・60代の必需的支出額は非常に安定しており、景気循環に左右されにくい。こうした特徴は、好況時になかなか消費が伸びない要因にもなるが、裏を返せば、景気が悪化する時期には消費を下支えする要因にもなる。

また、特に50代、60代の節約志向が強まる要因として、①教育費の増加、②遺産を目的とした貯蓄の積み増しが挙げられるが、これらは今後いくらか緩和されそうだと(図表13)。①に関しては、保育園、幼稚園、私立高校、大学、専門学校等、幅広い子どもの年齢に対応した教育無償化策が実施される。②についても、住宅購入者を対象に贈与税非課税枠が拡大されるため、遺産を目的とした貯蓄の一部が住宅購入費として贈与されるケースが増加するだろう。また、先述のように、50代・60代の必需的消費支出を押し上げてきた携帯電話通信料の低下が予想される。これによって浮いたお金は、①②の要因が緩和されることもあって支出に回る可能性がある。

消費の原資である所得については、主に配偶者収入によって家計の世帯収入が増加している。人手不足が深刻な中、景気が多少悪化しても、非正規雇用の労働需要がただちに落ち込んだり共働き世帯が減少へ転じたりすることは考えにくい。

海外経済の不透明感が増すなどリスクは存在するものの、以上のような下支え要因を踏まえれば、先行きの消費は緩やかながらも底堅く推移すると見込まれる。

図表 13 : 個人消費の懸念材料と先行き



(出所) 大和総研作成